



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**La Demanda Turística en el último Quinquenio en el Complejo Arqueológico Cerro  
Sechín y Museo de sitio Max Uhle, Provincia de Casma**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciado En Administración En Turismo Y Hotelería**

**AUTOR**

**Cornejo Guerrero Christopher Ernest**

**ASESORA METODOLOGA**

**Dr. Olenka Espinoza Rodriguez**

**ASESORA ESPECIALISTA**

**MG. Mirtha Armas Chang**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Patrimonio y Recursos Turísticos**

**TRUJILLO – PERÚ**

**2018**


**Página del Jurado**



Dr. Ewald Meyer Monsalve  
PRESIDENTE



Mg. Shidey Rodríguez Chamorro  
SECRETARIO



Mg. Armas Chang Mirtha  
Vocal

## **Dedicatoria**

A nuestro dios creador, quien es el único ser que se encuentra con nosotros en los momentos difíciles que cada persona pasamos a través de nuestra existencia.

Dedicado a mi papa que a pesar de los difíciles momentos que nos ha tocado vivir siempre ha estado allí para darme su apoyo.

Para mi hermana Grace que en todo momento me brindó su apoyo incondicional y poder alcanzar esta meta del llegar ser un profesional y el orgullo de mi familia.

A cada uno de mis hermanos que confiaron en mí y me brindaron sus palabras, que fortalecieron mis ánimos de seguir esta carrera.

## **Agradecimiento**

En principio dar gracias a Dios por guiarme por el buen camino de la vida, otorgarme la sabiduría y fortaleza para continuar adelante y enfrentar los obstáculos que se presentan.

A mis padres, victoriano cornejo justo y mercedes guerrero Cáceres, por su apoyo brindado, por el esfuerzo que hicieron para poder terminar mi carrera, el amor y la confianza que me tienen. Gracias por las buenos consejos y ánimos que me brindaban día a día para seguir y lograr esta meta anhelada.

A mis hermanos, por su apoyo constante y confianza, al darme ese ánimo para seguir y culminar mi carrera.

A mi amada Elizabeth Gutiérrez Reyes por su constante apoyo en todo momento de mi vida.

A la Mg. Leli Velásquez Viloche, por su paciencia y disponibilidad al facilitarme todos los medios para llevar a cabo el desarrollo de tesis.

A los trabajadores del centro arqueológico cerró sechín y Museo de sito Max Uhle por el apoyo y brindarme información fidedigna para realizar esta tesis.

Agradezco infinitamente a todas las personas que fueron participes y que me ayudaron para poder continuar con este triunfo realizado.

**El autor**

### **Declaración de Autenticidad**

Yo Christopher Ernst Cornejo Guerrero con DNI N° 42732583, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, facultad de ciencias empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo declaro también bajo juramento que los datos e información que se presentan en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Así mismo autorizo a la universidad a publicar la investigación si así lo creen pertinente y necesario.

**Trujillo, diciembre 11 de 2018**



---

**CHRISTOPHER ERNEST CORNEJO GUERRERO**

## **Presentación**

Señores

### **Miembros del Jurado:**

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la universidad cesar vallejo presento ante ustedes la tesis titulada; La Demanda Turística en el último quinquenio en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín y Museo de sitio Max Uhle, provincia de Casma, finalmente someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos aprobados para obtener el título profesional de licenciado en administrador en turismo y hotelería.

Agradezco por anticipado su atención y dedicación brindada al análisis del presente trabajo.

Atentamente.

El Autor

## INDICE

I.- INTRODUCCIÓN .....	3
REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	3
1.2 TRABAJOS PREVIOS .....	5
1.3 TEORÍAS RELACIONADAS CON EL TEMA .....	9
1.3.1 DEFINICIÓN DE DEMANDA .....	9
1.3.2 DEFINICIÓN DE DEMANDA TURÍSTICA .....	9
1.3.3 TIPOS DE DEMANDA TURÍSTICA.....	10
1.3.4 FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURÍSTICA.....	11
1.3.5 SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	13
1.3.6 VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES .....	14
1.3.7 ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA .....	15
1.3.8 PATRIMONIO CULTURAL .....	15
1.3.9 GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL .....	15
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	16
1.6 HIPÓTESIS .....	17
1.7 OBJETIVOS .....	17
II. MÉTODO .....	18
2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	18
2.2 VARIABLE, OPERACIONALIZACIÓN .....	18
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	20
2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	20
2.5 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	20
2.6 ASPECTOS ÉTICOS.....	21
III .DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS .....	22
IV.DISCUSIÓN .....	29
V.CONCLUSIONES .....	32
VI.RECOMENDACIONES.....	33
PROPUESTA .....	35
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	41
ANEXO .....	41

## RESUMEN

La presente investigación lleva por título “La Demanda Turística en el Último Quinquenio en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín Y Museo de Sitio Max Uhle”, Provincia de Casma, que tiene como objetivo general determinar las características de la demanda turística en el último quinquenio en el complejo arqueológico cerro sechín y museo de sitio Max Uhle.

Esta investigación está realizada con el método descriptivo ya que comparamos los últimos cinco años de la demanda turística .en cuanto al diseño es no experimental y de corte transversal descriptivo.se utilizó la base de datos de los arribos de turistas al museo de sitio y el centro arqueológico en los últimos cinco años.

Los instrumentos aplicados fueron las fichas bibliográficas para describir e interpretar los datos obtenidos, las fichas de observación para describir las característica del recurso turístico como son el museo de sitio y sus reliquias históricas y por parte del centro arqueológico todas las construcciones de piedras, caminos, centros de descanso hacia el mirador etc. Se ha propuesto estrategias de promoción para impulsar el aumento de demanda turística.

Finalmente se ha llegado a una conclusión en relación a los objetivos que nos menciona, que el flujo de visitantes en total se mantiene y que llega a tener un pico alto en el año 2016,luego en la división de visitantes locales y extranjero se tiene más visitantes nacionales y que se tiene que realizar como recomendación un plan de marketing y promoción para poder captar ese visitante extranjero y poder generar empleo de manera directa a los participantes del turismo y también de forma indirecta a la población de Casma.

*Palabra clave: demanda turística, complejo arqueológico, arribos.*



## **ABSTRACT**

The present investigation is titled "The Tourist Demand in the Last Five Years in the Cerro Sechin Archaeological Complex and Max Uhle Site Museum", Province of Casma, whose general objective is to determine the characteristics of the tourist demand in the last five years in the archaeological complex cerro sechín and Max Uhle site museum.

This investigation is carried out with the descriptive method since we compare the last five years of the tourist demand. As for the design, it is not experimental and descriptive cross-section. The database of the tourist arrivals to the museum of the site and the archaeological center in the last five years.

The applied instruments were the bibliographic records to describe and interpret the data obtained, the observation sheets to describe the characteristics of the tourist resource such as the site museum and its historical relics and by the archaeological center all the constructions of stones, roads, rest centers towards the viewpoint etc. It has proposed promotion strategies to boost the increase in tourism demand.

Finally it has reached a conclusion in relation to the objectives that it mentions us, that the flow of visitors in total remains and that it reaches a high peak in 2016, then in the division of local and foreign visitors it has more national visitors and that a marketing and promotion plan has to be made as a recommendation in order to attract that foreign visitor and be able to directly generate employment for tourism participants and also indirectly to the population of Casma.

**Keyword:** tourist demand, archaeological complex, arrivals.

## **I.- INTRODUCCIÓN**

### **REALIDAD PROBLEMÁTICA**

De acuerdo a la OMT; en su informe al 2008 identifica al turismo como una actividad importante que contribuye al PBI de muchos países; además de representar el 8% de exportaciones de bienes y más del 35% de exportaciones de servicios del total mundial; la presencia de esta industria exige que los destinos turísticos se vayan acondicionando e incorporando elementos de calidad en los servicios que ofrecen teniendo en cuenta los elementos de la demanda turística.

Es necesario precisar que la demanda turística cada día es más heterogénea, los hábitos de consumo y comportamiento exigen que las actividades turísticas se diversifiquen; uno de los criterios que exige el visitante es la autenticidad, así mismo el turista se convierte en un crítico al desarrollo de las actividades que el destino propone (Ávila: 2002).

Se tiene como concepto de demanda al consumo de un bien que las personas (compradores) quieren y pueden recibir a costo razonable y en algún lugar en específico, con cuyo uso puede compensar parcial o temporalmente sus necesidades particulares. El crecimiento del turismo internacional siguió siendo fuerte durante la temporada alta de verano y se registró un aumento de 300 millones de traslados, una cifra record en la historia del sector, especialmente en el mediterráneo, el aumento más relevante se registró en África (+9%) y Europa (+8%), seguidas de Asia y el Pacífico (+6%), Oriente Medio (+5%) y las Américas (+3%). (OMT 2017).

En el Perú la tasa de arribos de turistas internacionales es del 8.1% colocándolo en por encima de la tasa promedio de la región (3.7 para América Latina). Al año 2012 se albergaron 2.8 millones de visitantes lo que representa en divisas US\$ 3 288 millones. Para el 2021 se proyecta un arribo de turistas de 5.1 millones (Pentur 2012-2021).

El turismo interno en el país también ha demostrado un buen perfil, dado al incremento del poder adquisitivo de la clase media; Promperú presenta datos de la proporción de viajes de vacacionistas nacionales por segmento donde el 62.7% (2 907 982 viajes) de vacacionistas nacionales son familias que viajan con hijos,

seguidos por un 18.5% ( 856 287 viajes) de millenials; un 10.9% ( 505 643 viajes) son en parejas y un 4.4% ( 206 013 viajes) siendo quienes generan más gasto durante su visita; y el 3.5% ( 163 413 viajes) adultos mayores cuyas características son que tienen una edad mayor a 60 años.

En nuestro país podemos mencionar que el turismo es la segunda industria generadora de divisas y que solo es superada por la actividad minera, sin embargo el crecimiento por el turismo solo alcanza un 5.4% a la clausura del mes de diciembre del 2017, esta se debe que nuestro país fue atacada por fenómenos naturales llamado el niño costero y que en su paso con lluvias, huaycos, inundaciones en las ciudades principales, dejando destrucción de vías de comunicación por esa razón la demanda turística no es muy atractiva para el turista, esto significa que para avanzar en el mercado necesitamos explotar nuestras ventajas comparativas como son: los recursos naturales, La variedad geográfica y cultural de nuestro país, a su vez también es muy necesario mejorar la calidad del servicio e innovar constantemente nuestro producto a ofrecer.

La presente investigación tiene como finalidad conocer la transformación de la demanda turística, en el último quinquenio, en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín y museo de sitio Max Uhle en la Provincia de Casma; lo cual permitirá proponer estrategias de promoción para impulsar el aumento de demanda turística a dicho complejo arqueológico; los fenómenos climáticos que afectaron la costa norte del Perú en el año 2017 se convirtió en una de las razones por lo que el flujo de visitantes bajó en ese año; además que los servicios turísticos en el complejo arqueológico Cerro Sechín y Museo de sitio no han sido desarrollados teniendo en cuenta las necesidades y características de la demanda en consecuencia entre al año 2013 y 2016 el flujo de visitantes no ha sufrido un crecimiento significativo. Por lo tanto se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la demanda turística en el último quinquenio en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín y museo de sitio Max Uhle en la Provincia De Casma?

## 1.2 TRABAJOS PREVIOS

Sala, Torres, Farre (2014); En su análisis del artículo *La Demanda Turística De La Economía Española: Caracterización Cíclica y Sincronización.*; Nos menciona que el objetivo de esta investigación es analizar el crecimiento de la actividad turística en la economía española. El crecimiento elevado del turismo esta relacionado con la demanda de turistas internacionales que viajan por diferentes motivos principalmente por ocio, y atraídos por el de sol y playa. Después de la recesión económica en Europa el sector turismo ha empezado a trabajar incansablemente para poder generar ingresos económicos para el país, y una forma muy factible es el turismo ya que se cuenta con la infraestructura adecuada, la mano de obra idónea capacitada para recibir viajeros exigentes, la oferta que brinda el gobierno español se trabaja en primer orden de forma interna con turistas local, luego como segundo orden se enfoca al turismo nacional y para concluir en la promoción y venta de paquetes al exterior. Esto permitirá la creación de nuevos empleos y producción de nuevos productos como; servicios de alimentos y bebidas, artesanía, promoción y paquetes turísticos etc. Todo ello impulsara al crecimiento económico del país español teniendo como modelo el turismo interno y que será potenciada con la administración que tendrá como bases fundamentales la calidad, competitividad y sostenibilidad.

Elorza & Raymundo (2014);En su artículo *Características De La Demanda De Turismo De Naturaleza Y De Aventura En Playa Del Carmen*; describe los procesos metodológico que le permitieron obtener indicadores para medir segmentos de turismo y la demanda de turismo de naturaleza, aventura, sol playa. Los resultados nos permitirán saber y tener en cuenta las características y el perfil del turista que desarrollan ciertas actividades y poder diversificar la oferta turística local. Dentro del marco teórico los autores citan varios escritores del cómo se desarrolla el sistema turístico y cogen uno en particular Bollón(2004) donde plantea un modelo en la cual consta de la oferta y la demanda turística y las diferencia a cada una con sus respectivas características propias por ejemplo la demanda abarca conjunto de atributos y valores y servicios con el fin de satisfacer una necesidad del individuo, la oferta son producto que se colocan en el mercado y que efectuar un determinado

gasto como medio de transporte, hospedaje, alimentación, como parte de lo que señala el autor es la planta turística las cuales son propia del sistema como es la carreteras, puertos marítimos etc. Esta la superestructura la cual son los organismos de legislación, promociones del producto en forma privada y pública. La conclusión del trabajo determina que las características de la demanda turística de naturaleza no son las más requeridas por los turistas, la que tiene mayor afluencia de turistas es la actividad y oferta del turismo de sol y playa con una varios de nuevo servicio que es el buceó y que los turistas consumen esta actividad por ser nueva, la segmentación es más relevante para el turista que llega a visitar la ciudad de México.

Díaz, Gómez, Giráldez, Iglesias (2015); *La demanda de turistas Británicos a España*; en el artículo de economía aplicada nos menciona los autores que el turismo internacional para España es una fuente económica muy importante y que los factores económicos como la renta por ingreso de turistas británicos es muy favorable para el crecimiento de este país receptor, pero a la vez hace que la demanda de turistas extranjera sea popularizado y que el abaratamiento de los viajes han hecho que ha España sea considerada un destino no muy atractivo de lujo para los británicos. La elasticidad de la demanda muestra que los británicos reaccionan a cambios de precios reales a largo plazo, y que este destino sea altamente sustituido por otros lugares como Portugal. Los atentados afectan de manera directa a los turistas británicos que son muy sensibles a la inestabilidad y la inseguridad del destino a donde van a visitar, por esa razón el gobierno español dispone la seguridad policial en sus puntos de turistas en masa, estaciones de tren, aeropuerto etc. de forma que los turistas se sienta seguros en todo el tiempo de su estadía.

Marmolejo, López, Fernández, Valenzuela (2016); en el artículo *Análisis de la demanda en un destino turístico singular, Melilla* nos menciona que esta ciudad cuenta con un tipo de turismo religioso muy particular, como son la cristiana, árabe, judía, y la hindú cada una con su respectiva cultura que interactúan una con otra provocando, lógicamente un enriquecimiento cultural, él turista o visitante percibe al llegar al lugar y compartir con ellos en su vida cotidiana de forma natural y habitual. Para esta investigación se utilizaron encuestas a los visitantes a Melilla y poder conocer el poder adquisitivo con el que cuenta el turista y de donde provienen y

poder separarlo en dos grupos, el primero por visitantes que llegan por primera vez y la segunda por viajeros que ya conocían la ciudad. El cual arroja que los que viajaron por primera vez le gusta mucho la gastronomía y el patrimonio cultural en su visita a la ciudad. El segundo grupo de encuestado nos menciona que tiene algún tipo de lazo familiar con las personas que viven allí como sería los hermanos, primos, tíos y padres y que vienen de visitar a un familiar el cual los resultados muestra que el segundo grupo es el que tiene mayor motivación y que para reforzar la visita de turistas se debe fortalecer campañas de promoción de la ciudad y lograr el crecimiento de la demanda de turistas extranjeros.

Sifuentes (2015); en su tesis *Promoción turística y demanda turística del sitio arqueológico Marcahuamachuco región la libertad*; nos describe el tipo de metodología que ha utilizado para obtener información directa, fue a partir de entrevistas a 9 trabajadores del área administrativa que laboran en Marcahuamachuco y entrevista a 89 turistas, también el autor ha examinado investigación documental sobre estadística de demanda turística y en la cual todo ha concluido en que el nivel de promoción es regular por que no tienen una eficaz gestión (diarios, radial, televisiva y pagina digitales) y con respecto a lo que es demanda turística, el resultado nos muestra que es buena, porque la visita de turistas nacionales y extranjeros recomiendan el visitar este recurso cultural a través del medio de promoción del boca a boca, y esto se refleja en los análisis de información que se hace a partir de los cinco años atrás. También el autor menciona que se debe tener cuidado y sensibilidad el trato a los turistas capacitar a los negociantes aledaños al recurso en atención al cliente.

Baltodano (2015); en su tesis; *Ejecución del proyecto Marcahuamachuco y su influencia en la demanda turística del sitio arqueológico, provincia Sánchez Carrión al año 2015*; la realización del proyecto cultural en Huamachuco ha evolucionado de manera positiva para la llegada de visitantes haciendo que la demanda turística como objetivo general y específico se cumple; las estadísticas arrojan que en los años 2010 a 2014 incremento las visitas en un 5.8% y 57.9% anuales y teniendo su pico más alto en el año 2011 la cual en su mayoría de estos visitantes fueron locales y nacionales y con menor registro de visitantes extranjeros. También es muy

importante que las mejoras en el sitio arqueológico se promuevan y realicen como por ejemplo infraestructura, acceso, circulación y señalización y la promoción en los diferentes medios de comunicación como plataformas virtuales, radio, televisión también que la implementación de la infraestructura y planta turística que es favorable para la población activa del turismo.

Vallejo (2016); en su tesis *Análisis de la demanda de visitantes a la red de museos nacionales para el diseño de una ruta turística y cultural en Guayaquil*; permitió obtener datos e información necesaria para el diseño de una ruta turística cultural promocionando a Guayaquil como una ciudad gestora del arte y promotora de manifestaciones culturales; los instrumentos utilizados fueron encuestas dirigido a los visitantes así como el uso de ficha del MINTUR para inventario de atractivos. Se utilizó el método analítico-sintético al recolectar información relacionada a eventos culturales y artísticos, a través de revistas, periódicos e internet lo que permitió obtener un perfil de los visitantes. Se concluyó que las actividades artísticas y culturales presentadas por la Red de Museos poseen buena aceptación por el público nacional pero es necesaria una mejor difusión e incorporar otras actividades complementarias a estas ya establecidas, siendo necesaria para ello una alianza con todos los involucrados públicos y privados que intervendrían en la propuesta.

Benavides (2016); en su tesis *Nivel de la demanda de turismo místico y calidad de servicios en Hampina Wasis de la comunidad campesina de Ancaschacca distrito de Santiago, Cusco 2016*; nos manifiesta que debemos de implementar el turismo místico el cual sea diversificado y tenga un aumento socioeconómico y cultural, con el transcurso del trabajo lograr el posicionarlo como atractivo turístico potencial. Para obtener los resultados de la investigación, el autor utilizó una guía de entrevista al personaje que realiza la práctica mística, también un focus group a la población para saber la opinión sobre la implementación y desarrollo de este tipo de turismo en su localidad y una encuesta a los turistas que llegan al pueblo de Hampina wasis. Los resultados arrojaron que el 75% de los visitantes demanda el turismo místico en la comunidad de Ancaschacca por recomendación de amistades cercanas y por la tranquilidad y diversidad ecológica con la que cuenta todo el entorno del pueblo.

## **1.3 TEORÍAS RELACIONADAS CON EL TEMA**

### **1.3.1 DEFINICIÓN DE DEMANDA**

Mankiw (2002) “El monto de las fortunas y/o servicios que los clientes están dispuestos a pagar por complacer sus necesidades o deseos, las cuales poseen la cantidad adquisitiva para realizar pagos de una precio establecido y en un lugar fijo”.

### **1.3.2 DEFINICIÓN DE DEMANDA TURÍSTICA**

Sócateli (2013). Define a la demanda turística como “conjunto de compradores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean estos los turistas, viajeros y visitantes, dependientemente de las motivaciones que les animan a viajar al lugar que visitan o planean visitar”.

SEGITTUR (2011). “Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado(los públicos) piden a los tour operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones”. Nos describe a un tipo de cliente (turista) que antes de adquirir un paquete de viaje revisa las diferentes ofertas que tiene los tour operadores, el cual escoge al que más se acerque a satisfacer sus necesidades en sus vacaciones o tiempo libre.

La demanda turística como componente del sistema turístico es definida por Boullón como la cantidad de visitantes que visitan una zona considerando los ingresos de acuerdo a los servicios que se brinden en el destino.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) define a la demanda turística como el conjunto de personas que solas o en grupo están motivados por productos o servicios turísticos que cubren sus necesidades.

Cooper (1997). Sustenta que la definición de demanda turística varía según la perspectiva subjetiva del autor a partir de considerar las visiones económica, psicológicas o geográficas; bajo este fundamento; desde la perspectiva económica se considera a la demanda turística como volúmenes de viajes o servicios turísticos que las personas están dispuestas a pagar; desde la perspectiva psicológica la demanda se define a partir de las motivaciones y comportamiento de las personas; desde la



perspectiva geográfica, se considera a la demanda como los flujos turísticos actuales o potenciales.

un concepto más ecléctico sobre demanda lo plantea Rigol y Pérez (2011). quienes la definen como la cantidad de visitantes reales y potenciales que tienen el deseo pueden y están dispuesto al disfrute de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos en situación del precio y su renta.

Según Mathieson & Wall (1982). La demanda turística es la cantidad de individuos que viajan o tienen deseos de viajar para el disfrute de las facilidades turísticas y servicios en los lugares diferentes a su lugar de residencia habitual.

García (2012) describe los componentes del sistema turístico: centro emisor, centro receptor, acoplados por dos flujos: uno visible, llamado *flujo real*, que representa la cantidad de individuos que se trasladan desde la sede emisor hacia el receptor y un flujo intangible llamado flujo económico, que se grafica en el nivel de gasto que estas personas realizan durante el desplazamiento y estadía en el centro receptor.

El flujo existente accede a formar los tipos y características de la demanda (real, potencial, diferida, etc), en función al lugar de origen y de destino de los visitantes surgen las formas del turismo, que son los instrumentos para contar la cantidad de visitantes que se desplazan desde y hacia las sedes receptoras.

Según lo antes citado y la OMT se deduce que el flujo real puede ser caracterizado en las formas de turismo plasmado de la siguiente manera: Turismo Interno, Turismo Receptivo y Turismo Emisor.

### **1.3.3 TIPOS DE DEMANDA TURÍSTICA**

Boullón (2006) define los tipos de demanda de la siguiente manera:

- La demanda real; es la cantidad de turistas que se cuentan en momento y sitios terminante.

- La demanda histórica; registro de las demandas existentes, en años anteriores.
- La demanda futura; la trascendencia de resultados estadísticos tomados en base a la demanda histórica.
- La demanda potencial; aumento que se podría obtener de la demanda futura, como consecuencia del mejoramiento y correcciones de los servicios.

Molina (1997) sustenta que la demanda está constituida por los turistas residentes en el país y los residentes en el extranjero.

#### **1.3.4 FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURÍSTICA**

Iranzo(2003). Los factores o variables que determinan la demanda turística se pueden clasificar en los siguientes grupos:

- El precio de los bienes y servicios turísticos; la diversificación de medios de transporte y el abaratamiento de los precios en los mismos genera un aumento de la demanda.
- El nivel de renta disponible; al aumentar la renta disponible aumenta la demanda del turismo.
- Los cambios en los hábitos de consumo y moda.
- La influencia de las comunicaciones y de la publicidad; como parte de acciones de marketing que persuade a elegir un destino
- El tiempo disponible; el uso del periodo vacacional para ser aprovechado con fines turísticos, sumado a ello las políticas implementadas en algunos países como fines de semana largos para promover el turismo interno.
- Características sociodemográficas de la demanda; el perfil sociodemográfico de la población explica el comportamiento de la demanda a la hora de organizar su viaje.
- Factores de riesgo; considerando la búsqueda de un destino que permita el disfrute de su visita y no genere algún tipo de contratiempo
- Factores macroeconómicos; el poder adquisitivo del turista se determina de acuerdo al país que visite.

Cabarcos(2011).Nos menciona que la demanda turística tiene tipos y factores que determinan la demanda turística individual y agregada, tales como:

- Gasto turístico. Es la totalidad del dinero gastado por los turistas, en el consumo de un servicio o producto durante su estancia en el lugar donde visita. Se refiere particularmente en estadía, alimentación, excursiones, compras, transporte etc.
- Población: número de residentes de un país, mayor será el número de personas que viajan al extranjero.
- Renta: variable explicativa en las funciones de demanda de turismo generalmente, como renta real per cápita del país de origen.
- Precio: variable explicativa ya que el precio de un bien o servicio se considera como el mayor determinante de la demanda turística.
- Precio de bienes sustitutivos: factor determinante importante de la demanda; como el alza de los precios de vacaciones un destino puede aumentar la demanda de tiempo de ocio de otro destino turístico.
- Otras variables: popularidad del país de destino, impacto de algunos acontecimientos sucedidos dentro del país, los cambios de frecuencia del servicio aéreo, cambios demográficos y la imagen cultural.

Rodríguez (2003).Nos menciona que la demanda está sometida a un conjunto de factores que los determina de la siguiente manera:

- Factores económicos: es el poder adquisitivo y disponibilidad que tiene el cliente o turista, los diferentes precios que se tiene alrededor de un producto o servicio, también tendrá mucho que ver la estacionalidad del lugar que se visitara.
- Factores aleatorios a los elementos demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en el mercado de demanda.
- Factores aleatorios: estabilidad social y guerras, los accidentes y catástrofes naturales, los cambios económicos del lugar de receptores.
- Factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización, estrategia de marketing, lugares geográficos.

- Factores relativos a la producción de servicios turísticos: algún tipo de información publicada a través de un medio de comunicación como efecto alarmara la compra de la oferta turística de alguna región determinada.

### **1.3.5 SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

Santesmases, (1996) plantea que la segmentación de la demanda desde la perspectiva del marketing es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con el fin de establecer la estrategia de mercado diferenciada que permita satisfacer efectivamente sus necesidades”.

Kotler (1999) desde la perspectiva de la teoría del Marketing sustenta que el mercado lo constituye grupos o segmentos de consumidores con diferentes necesidades.

Witt y Moutinho (1994) plantean que la utilidad de la segmentación para las empresas radica en que pueden utilizar eficientemente recursos para establecer políticas de productos, precio, distribución y comunicación más adecuada de acuerdo a los segmentos de interés.

Narváez y Fernández (2010), sustentan que el estudio del análisis de los rasgos distintivos de la demanda turística permitirá diseñar acciones que propendan a mejorar la capacidad del destino para satisfacer las necesidades y deseos de ocio del turista.

Frank, Massy y Wind (1972) propusieron variables generales independientemente del producto para la segmentación de la demanda turística basadas principalmente en: demográficas, geográficas, de personalidad o las preferencias de un consumidor. Otros ejemplos de segmentación de la demanda turística son los planteados por Plog (1974), que clasifica a los turistas según la personalidad: los que desean una atmósfera familiar en su destino y los que quieren experimentar la cultura local. Pearce (1982) empleando un conjunto de técnicas construyó cinco grupos de segmentos:

- Los relacionados con los viajes: viajes relacionados con el entorno (antropólogos, conservacionistas y exploradores).

- Alto contacto con los viajes (viajeros, sobretodo estudiantes y periodistas extranjeros).
- Viajes espirituales (hippies, peregrinos religiosos y misioneros),
- Primer viaje de placer (personas de la alta sociedad, turistas y veraneantes)
- Viajes productivos (hombres de negocios y personas de la alta sociedad).

González (1999), agrupa a las variables de segmentación del mercado turístico en generales y específicos; pudiendo dividirse ambos en objetivos y subjetivos, siendo estos:

- Objetivos: Sociodemográficos ( edad, sexo, tamaño del hogar, posición en la familia, ciclo de vida familiar, hábitat), Económicos (Clase social, nivel de renta, nivel de gasto), Geográficos, Atributos del destino, duración y época de descanso, frecuencia de viajes, situación de disfrute; periodo vacacional, fin de semana, puentes; Gasto en actividades turísticas.
- Subjetivos: Personalidad, valores, estilo de vida, Motivación principal del viaje, beneficios del viaje, preferencias, actitud del viajero, percepción.

### **1.3.6 VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES**

La OMT (1994), define los tipos de visitantes:

- Visitante Internacional; es toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad remunerada en el país visitado; de ello se derivan los turistas ( por lo menos una noche en alojamiento en el país visitado) y los excursionistas( no pernocta en alojamiento colectivo o privado del país visitado) cada uno con sus características específicas diferenciales.
- Visitantes Internos; aquel individuo que habita en un estado y que viaja por un tiempo no mayor a 12 meses aun destino al interior del país pero

distinto al de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

### **1.3.7 ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

Butler (2001) "sería el desequilibrio temporal en el fenómeno del turismo, que puede ser expresado en términos de dimensiones de tales elementos como el número de visitantes, el gasto de los visitantes, el tránsito en autopistas y otras formas transporte, empleo y entradas de atracciones".

Bonilla & Bonilla (2007). "La estacionalidad se refiere a la variación de la demanda experimentada través de las estaciones del año. Se caracteriza por largos periodos de tiempo de baja demanda y por cortos periodos de una excesiva demanda."

De Lamare (2017) "Los factores que explican la concentración de los flujos turísticos y la estacionalidad, varían según del características del destino específico, como la ubicación geográfica, el origen de los turistas, el sector turístico (sol y playa, rural, cultural, etc.), las infraestructuras, los servicios y el atractivo de los recursos".

### **1.3.8 PATRIMONIO CULTURAL**

Vallbona & Costa (2003). Es todo el conjunto de elementos simbólicos que ayudan a reafirmar la identidad cultural del territorio en la que se encuentra esta tiene que ser legitimizado socialmente. Los patrimonios culturales son los siguientes: el arte, los monumentos, los museos y eco museo, arquitectura religiosa, civil, militar, industrial, música, danza, costumbre, gastronomía, leyendas, rituales etc.

### **1.3.9 GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL**

Méndez (2003) se entiende por gestión del patrimonio cultural a la "representación, cuidado y exposición al público de los restos materiales del pasado de cualquier tiempo (año, década) de una ciudad o país" (pág. 15). Tenemos diferentes factores las cuales explican la necesidad de una gestión del patrimonio cultural eficiente:

- Evitar los peligros físicos y estéticos del patrimonio que lleve a una mala gestión
- Obtener del patrimonio ingreso de rentabilidad social (económica, cultural).
- Evitar los peligros y desgastes turísticos por la excesiva sobre explotación del recurso.
- Administrar y gestionar eficientemente los recursos, sean estos humanos, equipamiento, materiales como una sociedad moderna que no se permita derrochar.

## **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son las características de la demanda turística en el último quinquenio en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín y museo de sitio Max Uhle en la Provincia De Casma?

## **1.5 JUSTIFICACIÓN**

Conveniencia

Dar a conocer la situación de los arribos en el Complejo Arqueológico permitirá hacer mejoras en los servicios que brinda este atractivo turístico cultural.

Relevancia Social

Lo importante es dar a conocer la demanda que tiene los servicios turísticos del complejo arqueológico Sechín y museo de sitio Max Uhle para tomar acciones para fortalecer algunos tipos de servicios y minimizar efectos que repercutan al turista directamente y se lleve una mala experiencia.

Implicancias Prácticas

Este proyecto de investigación nos ayudara a conocer más sobre la demanda que tiene los recursos culturales en la provincia de Casma. De esta manera conoceremos la situación en la que se encuentran en el ámbito económico y turístico.

## **1.6 HIPÓTESIS**

Las hipótesis, son respuestas eventuales a las preguntas de investigación, buscan explicar de manera tentativa la relación de dos o más variables, apoyándose en conocimientos sistematizados y organizados; son afirmaciones sujetas a determinarse según el desarrollo del estudio. Los estudios cuantitativos, se orientan a probar las teorías, hipótesis y/o explicaciones, y evaluar los efectos de las variables del estudio. (Hernández, Fernández y Baptista, 2015).

Se formula la siguiente hipótesis de investigación:

H: Las características de la demanda turística en el último quinquenio en el complejo arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle están determinadas por procedencia, estacionalidad y gasto realizado.

## **1.7 OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar Las Características de la Demanda Turística En El Último Quinquenio En El Complejo Arqueológico Cerro Sechín Y Museo De Sitio Max Uhle.

### **OBJETIVO ESPECIFICO**

Identificar el flujo de visitantes al complejo arqueológico Cerro Sechín y Museo Max Uhle anualmente entre los años 2013 al 2017.

Identificar la procedencia de los visitantes al complejo arqueológico Cerro Sechín y Museo Max Uhle entre los años 2013 y 2017.



Identificar la estacionalidad de los visitantes al complejo arqueológico Cerro Sechín y Museo Max Uhle entre los años 2013 y 2017.

Establecer el comparativo de los ingresos económicos anuales por ingreso de visitantes entre los años 2013 y 2017.

Proponer estrategias de promoción para impulsar el aumento de demanda turística en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle

## **II. MÉTODO**

### **2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El presente estudio, se ha desarrollado bajo una investigación básica, sobre la cual, Tamayo (2004) refiere que, se busca el apoyo de un contexto teórico, el cual se desarrolla para, obtener conocimientos y/o buscar un progreso del objeto de estudio; la investigación pura, también llamada básica o fundamental, se ocupa poco por aplicar los hallazgos, ya que considera que esa función, le pertenece a otra persona y no al investigador del estudio.

El nivel de la investigación es descriptivo, según el cual los autores como Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez (2014). Afirman que “el objetivo es recopilar datos e información sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones, clasificación de los objetos, personas, agentes e instituciones o de los procesos naturales o sociales”.

### **2.2 VARIABLE, OPERACIONALIZACIÓN**

Variable de investigación: Demanda turística

## OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
DEMANDA TURÍSTICA	La demanda turística como “conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean estos los turistas, viajeros y visitantes, dependientemente de las motivaciones que les animan a viajar al lugar que visitan o planean visitar. Socateli(2013)	La variable será evaluada mediante una ficha bibliográfica, en base a la información y datos recopilados del museo Max Uhle.  También se evaluara a través de fichas de observación realizadas al recurso turístico, describir cada área donde el visitante realiza sus actividades.	Procedencia	N° de visitantes al complejo arqueológico cerro sechín y museo Max Uhle entre los años 2013 y 2017  N° de visitantes nacionales y extranjeros en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle entre los años 2013 y 2017	ordinal
			Estacionalidad	N° de visitantes por mes entre los años 2013-2017 del Complejo Arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle	ordinal
			Ingresos económicos históricos	Comparativo de Ingresos en soles por visitantes desde el 2013 al 2017 en el Complejo Arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle	Ordinal

## **2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población es el número total de un fenómeno que se investiga; comprende también, el número total de unidades de análisis que componen dicho fenómeno, y el cual se debe cuantificar para el desarrollo del estudio, comprendiendo un conjunto de N de entidades que intervienen en una característica específica, y a la cual se le nombra población, debido a que forman parte del fenómeno de estudio (Tamayo, 2004).

La población para el presente trabajo de investigación está constituida por número de visitantes nacionales y extranjeros al complejo arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle entre los años 2013-2017 a partir de la puesta en valor y apertura al turismo

La muestra como unidad de análisis de la investigación constituye todos los visitantes al complejo arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle entre los años 2013 y 2017.

## **2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD**

<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Observación	Ficha de observación
Bibliográfica	Ficha bibliográfica

## **2.5 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS**

En la investigación se aplicó el método de estudio descriptivo, el cual nos sirvió para detallar, la demanda turística en el último quinquenio en el complejo arqueológico Cerro Sechín y museo de sitio Max Uhle, provincia de Casma, para la cual se utilizó los instrumentos como: ficha de observación y ficha bibliográfica para comparar la demanda del último quinquenio

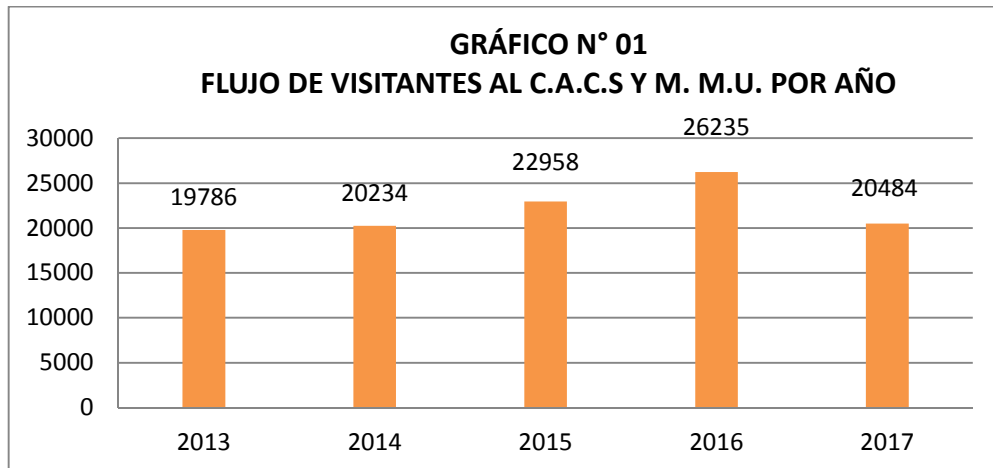
## **2.6 ASPECTOS ÉTICOS**

El presente proyecto de investigación mantuvo el respeto al citar de manera adecuada a los autores que sirvieron de referencia teórica así como mantener autenticidad de la información entregada por la administración del Complejo Arqueológico Cerro Sechín y Museo de Sitio Max Uhle. Se descarta todo tipo de táctica ilícita como el soborno, falsificación, el uso de tecnología oculta sin la debida autorización de la otra parte.

### III .DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

**Grafico 1**

**Comparativo, visitas al complejo arqueológico cerró Sechín y museo de sitio Max Uhle.**



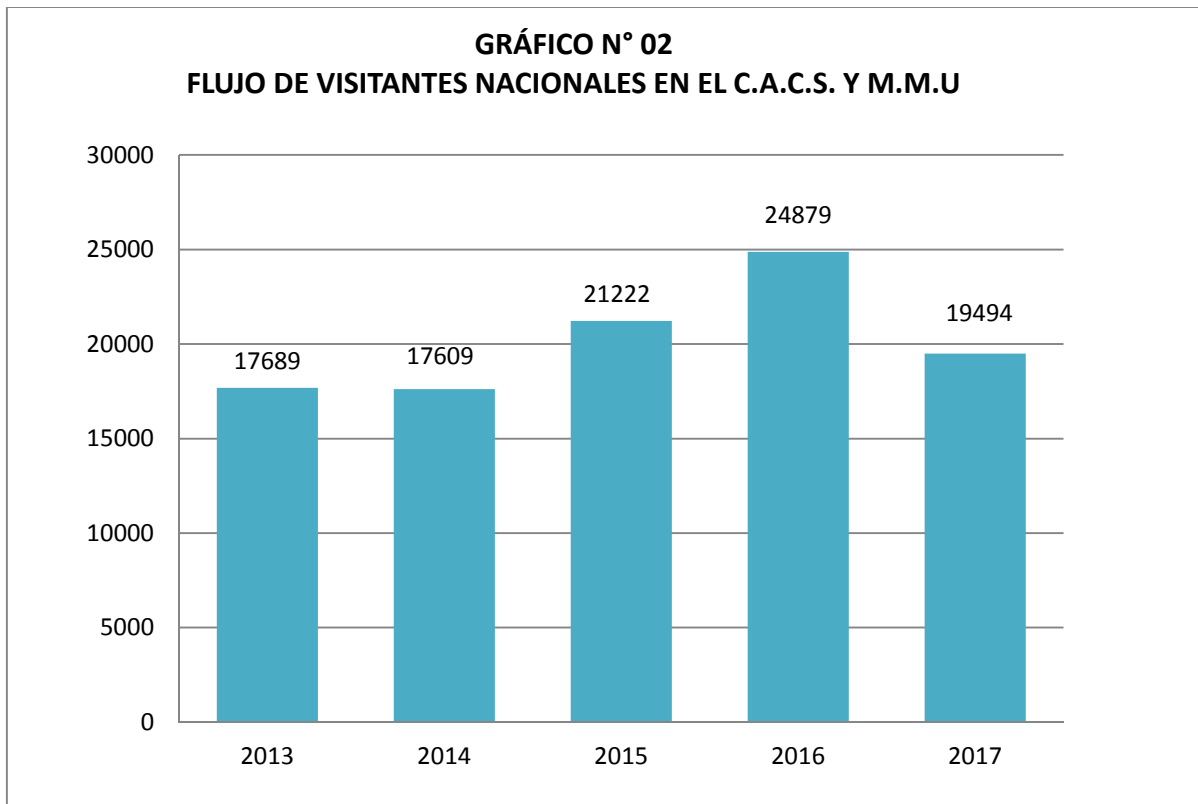
FUENTE: Administración Museo De Sitio MAX UHLE

Elaboración Propia.

El gráfico1, refleja la llegada total de los ultimos5 años de turistas nacionales y extranjeros al museo de sitio Max Uhle ;en los año 2013 y 2014 la tendencia de llegadas de turistas se mantiene y que en el años 2015 tiene un crecimiento moderado los dos años anteriores, el 2016 el incremento de visitantes alcanzó su punto más alto manteniéndose por todo ese año, este crecimiento pudo haberse mantenido creciendo pero por problema climatológico esta decayó mostrándonos en el año 2017 una disminución considerable llegando a compararse con los dos primero años anteriores.

**Grafico 2:**

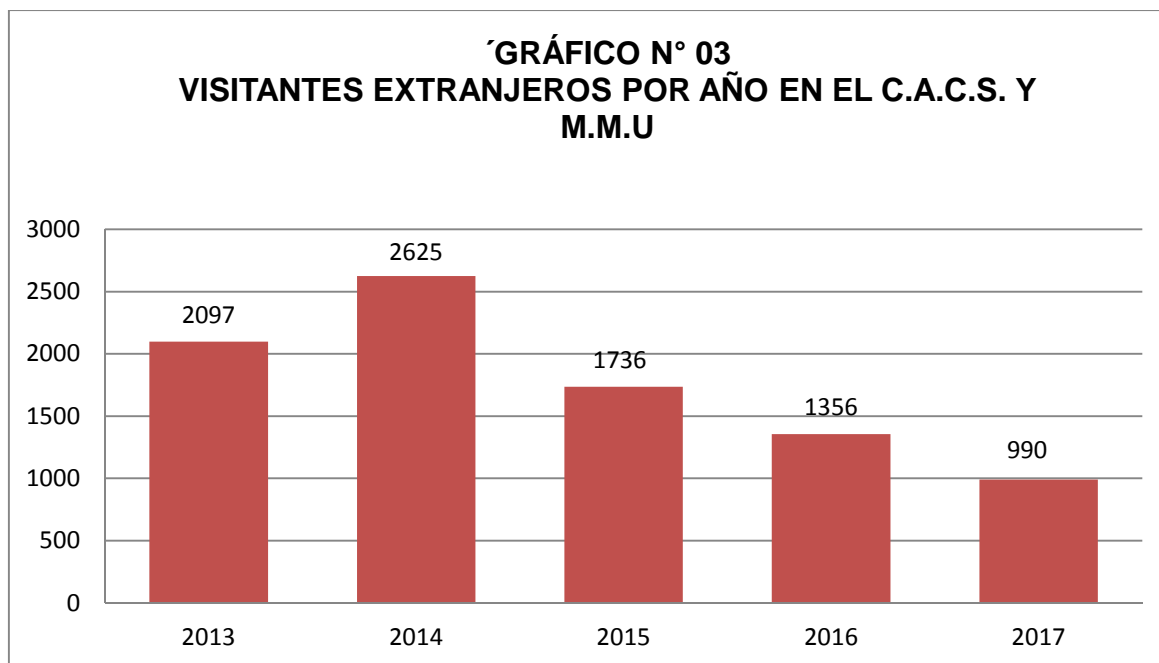
**Procedencia de visitantes nacional y extranjero.**



Fuente: Archivo administrativo del C.A.C.S

Elaboración propia

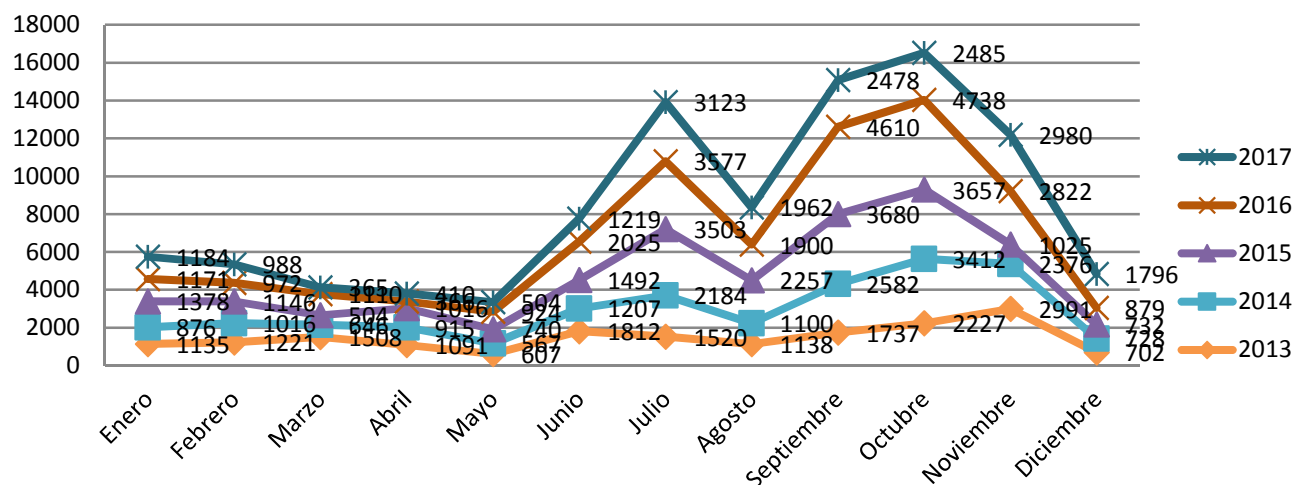
El Gráfico 2: en el primer cuadro de visitantes nacionales nos muestra que los dos primeros años 2013,2014 la llegada de visitantes nacionales se mantiene estable en cantidades similares ,ya que el 2015 tiene un crecimiento mediano de visitantes ,el 2016 el crecimiento de llegadas de turistas fue muy significativo logrando llegar a mostrar su época más alta de los años anteriores pero como se muestra en la última barra del año 2017 esta tiene una caída significativa por motivo del fenómenos del niño costero y huelgas de pobladores locales ,profesores etc.



Fuente: Archivo administrativo del C.A.C.S  
Elaboración propia

En el gráfico 3: este cuadro de visitantes extranjeros nos menciona que el años 2013 tiene llegadas considerables de turistas y que en el siguiente año 2014 alcanzo su tope al alto en recibir turistas, luego llega a disminuir en los años 2015 y sigue esta reducción paulatinamente en el 2016, para el año pasado del 2017 nos mostros una caída muy considerable por motivos externos como exceso al museo, alza de productos y servicios locales.

**GRÁFICO N° 04**  
**ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA NACIONAL EN EL**  
**QUINQUENIO 2013-2017**



Fuente: Archivo  
 Elaboración propia

administrativo del C.A.C.S

Grafico 4: la estacionalidad mensual de los visitantes nacionales en el año 2013 nos menciona que inicia con los primeros cinco meses manteniendo la llegada de turistas uniformemente en los siguientes cuatro meses tiene un crecimiento medio pero no llega a traspasar la primera línea de medida, en el mes de octubre muestra un crecimiento que llega a un tope máximo traspasando la primera línea de medida y que en el mes de diciembre muestra una disminución de visitantes, y que en el años 2014 sigue manteniéndose la baja de visitantes hasta el mes de mayo y que luego tiene un crecimiento leve en los meses de junio y julio luego decae en el mes de agosto y se vuelve a recuperar septiembre, llegas hasta su punto más alto octubre se mantiene en noviembre y vuelve a caer en diciembre. La tendencia en los siguientes años 2015, 2016 de inicio son similares los puntos de crecimiento en los meses de junio y julio es la alta de visitantes decae e en el mes de agosto y vuelve a crecer y mantenerse de manera regular y vuelve a bajar en diciembre.



**GRÁFICO N° 05**  
**ESTACIONALIDAD DE DEMANDA TURISTICA INTERNACIONAL EN EL**  
**QUINQUENIO 2013-2017 EN EL C.A.C.S. Y M.M.U.**

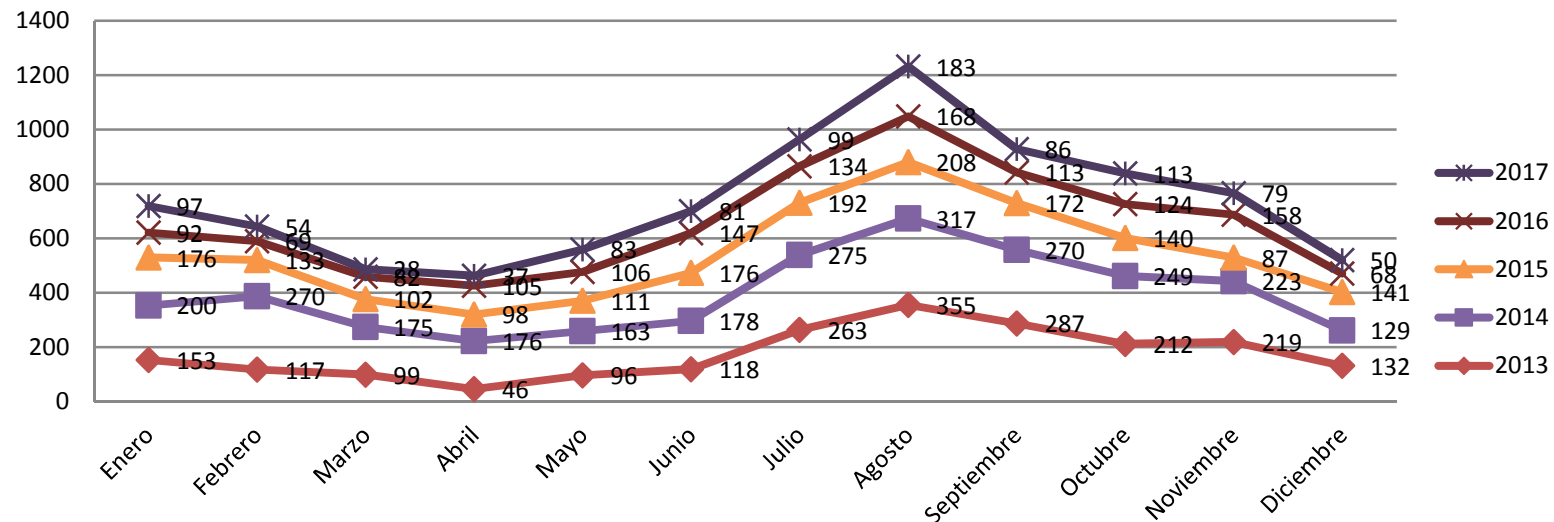


Grafico 5 : la llegada mensual de turistas extranjeros de los últimos 5 años inicia en el mes de enero partiendo en la primera línea con un cantidad media de visitante, empieza decaer en los tres meses siguientes , y que en el mes de mayo tiene un ligera subida hasta el mes de agosto en su tope más alto y que en los dos siguientes meses decae luego se mantiene en octubre y noviembre para en el siguiente mes de diciembre vuelva a descender; para los siguientes tres años he inicios de cada cuatro meses la tendencia de llegadas de turistas de mantiene muestra que decae mucho en abril y empieza recuperarse en mayo y teniendo un tope máximo el meses de agosto y luego desciende hasta el mes de febrero del años 2017 donde la llegad de turista es la más baja que se ha registrado en estos últimos tiempos por motivos de fenómenos naturales y que duros tres meses y luego empezó a crecer de manera paulatinamente.

## GRAFICO N° 6

**Ingresos económicos del centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle de turistas nacionales en el último quinquenio 2013-2017**



Fuente: Archivo administrativo del C.A.C.S  
Elaboración propia

Los ingresos económicos de las ventas de entradas al museo de sitio y centro arqueológico, por cada año nos muestra que en los años 2013-2014 mantiene un ingreso de S/17.689 nuevo soles, y su año con más ingresos lo tuvo el año 2016 con una cantidad de S/ 24.879 nuevo soles.

Respecto al año 2017 se registra un ingreso de S/19.494 soles, por motivos del impacto del fenómeno climático El niño, así como huelgas regionales que incluyeron toma de vías de acceso.

## GRAFICO N° 7

**Ingresos económicos del centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle de turistas extranjeros en el último quinquenio 2013-2017**



Fuente: Archivo administrativo del C.A.C.S  
Elaboración propia

Los ingresos económicos por visitantes extranjeros al museo de sitio y centro arqueológico, tenía en el año 2013 un ingreso de S/2.097 nuevo soles en un tope medio y teniendo como su pico más alto en el año 2014 con un ingreso S/2.625 nuevo soles; a partir del 2015 se evidencia un decrecimiento de ingreso de visitantes teniendo el más bajo en el año 2017 con s/. 990.00 lo que coincide con el impacto del Fenómeno de El Niño Costero que afectó la costa norte de nuestro país.

## IV.DISCUSIÓN

Para alcanzar los objetivos específicos de la investigación, se ha realizado fichas bibliográficas, fichas de observación e interpretación de base de datos con la finalidad de saber la demanda turística en el último quinquenio en el centro Arqueológico cerro Sechín y Museo de sitio Max Uhle en la provincia de Casma.

El flujo de turistas nacionales y extranjeros como parte de mi primer resultado, nos muestras que la temporada de visitantes al recurso cultural en los últimos cinco años se mantiene de forma creciente llegando a tener un máximo de visitas de 26235 turistas y que luego en los siguientes años no vuelve a crecer y empieza el decaimiento repitiéndose la misma llegada en el siguiente año y allí mismo sucede los cambios climatológicos del fenómeno del niño costero que afectaron de manera muy significativa la llegada de todo tipo de turismo nacionales y extranjero. Pero para Sala, Torres, Ferre(2014);mencionan que el crecimiento de la demanda turística está relacionada con los diferentes motivo que los viajeros buscan al llegar a un destino programado el autor menciona que este tipo de demanda deja dividendos económicos para el estado, también el gobierno oferta ciertas actividades tomando como prioridad a los turistas nacionales y como en segundo plano a los extranjeros.

Para los visitantes nacionales el visitar un centro arqueológico y disfrutar de la cultura que se expone es más factible, porque lo tienen a disposición ósea a corta distancia o dentro de una región, el cual para ellos el llegar les toma poco tiempo, conocen la forma de llegar y los precio que se podría manejar, para los turistas extranjeros el solo localizar el destino ya es un poco complicado, buscar la agencia que pueda hacer todo la logística para visitar este sitio. Los resultados del flujo de visitantes nacionales se mantienen en promedio regular en los primeros tres años, y en el año 2016 tiene un crecimiento significativo y que luego desciende en los siguientes años. Para Elorza y Raymundo (2014) en su artículo muestra que los turistas que visitan la parte costa de un país es para realizar actividades de sol y playa y tomando una serie de atributos de `productos y servicios para satisfacer sus

necesidades; compartimos con los autores la conclusión de sus resultados al identificar el tipo de turista nacional el cual llega a Casma. Y este tipo de visitante agrega a su itinerario la visita a los centros culturales, toma un poco de su tiempo para conocer la cultura de la zona a la que visita.

Con respecto a la llegada de visitantes extranjeros que en nuestro estudio arrojo que en el año 2013 la visita de turistas tenía una cantidad promedio en crecimiento y que en el siguiente 2014 año llego a tener su máximo arribo con 2625 turistas extranjeros y que en los siguientes años va disminuyendo hasta tener un mínimo de 990 turistas en el años 2017. Marmolejo, López, Fernández, Valenzuela(2016) compartimos el resultado del estudio que realizaron con respecto al turismo particular religioso que se desarrolla en Melilla; donde se mezclan cuatro tipos de religiones y que por motivo de esta, la llegada de visitantes extranjero que buscan experimentar un turismo vivencial diferente es mínima, el resultado también muestra que la mayor afluencia de visitantes son familiares directos de lo que habitan en esa ciudad y que por motivo de visita llegan en caravana y quedarse por un mediano tiempo que equivalen a un par de meses, así se compara con nuestro resultado que los visitante en su mayoría son de la localidad aledaña donde se realiza el turismo y que la falta de difusión, hace que el turista extranjero no tenga conocimiento de la oferta turística que se está produciendo del lugar.

Con respecto a la estacionalidad de la demanda turística, nuestro resultado de visitantes nacionales y extranjeros por cada mes, muestra que en los meses de junio y julio la demanda del turismo en el centro arqueológico es de temporada alta luego esta tubo un decaimiento muy significativo en el mes de agosto, para que luego empiece a recuperarse paulatinamente y que se mantenga por cuatro meses consecutivamente y luego llegue a tener una estacionalidad baja por los siguientes años y al principio de los meses de verano. La similitud del estudio que tenemos con el autor sobre el incremento de visitante es similar. Baltodano (2015) nos dice que el proyecto arqueológico de Marcahuamachuco es positivo el incremento de la llegada de visitantes al distrito generando trabajo de manera directa eh indirecta a la población que vive en alrededor del recurso turístico, los objetivos específicos se

cumplen cuando la estadística nos arroja que en el año 2010 los turistas fueron un 5.8% y que en el años 2014 esta se ha incrementado significativamente con 57.9%.las mejoras de infraestructura, señalización y promoción es muy importante para que esta siga creciendo, también se menciona que los partícipes en este crecimiento turístico sean capacitados mensualmente en las tendencia de atención al clientes y venta de servicios turísticos.

Compartimos el punto de vista del autor al mencionar que es muy importante el que se haga una promoción del recurso turístico en las diferentes medios de comunicación con son la radio, televisión y plataformas virtuales para así poder abarcar más visitantes nacionales y extranjeros. Como parte de mi propuesta de incrementar la demanda turística se va a realizar un plan de marketing en la cual utilizaremos diferentes herramientas del marketing para llegar a los turistas extranjeros. Ya que es nuestro objetivo específico por el cual se realizara la creación de una página virtual en las plataformas de internet, crearemos un marca representativa del recurso turístico el cual los visitantes identificaran de manera directa cuando lo vean o mencionen. Las activaciones en ferias culturales también será una herramienta muy útil para poder expresar y dar a conocer lo que fue nuestra cultura, la sensibilización para el cuidado del recurso turístico es muy importantes y se brindara folletos con indicaciones que se le entregará a los visitantes al ingresar, el conocimiento y el orgullo de ser parte de una cultura milenaria es fundamental al inculcar a los estudiantes en nuestras charlas mensuales para los colegios, la cual se trabajara mucho en este aspecto de valorización y fortalecimiento cultural local. La incorporación y participación en nuestro plan de guía local estudiantil será una actividad muy valorada dentro de la localidad así sembramos conciencia y fortaleceremos identidad en los estudiantes que participen de este proyecto el cual será guía local por un fin de semana, y así poder cubrir la temporada de poca afluencia turística dentro del centro arqueológico cerro sechín y museo de sitio Max Uhle.

## **V.CONCLUSIONES**

Concluyo mencionando que la demanda turística en los últimos 5 años ha tenido una afluencia de crecimiento de turistas nacionales y extranjeros muy importante y que al analizar la base de datos por meses encontramos que hay una baja visita en los primeros meses de cada año y que en sus últimos 6 meses son de más afluencia y que no pueden sostenerla. las visitas de escolares locales y nacionales es el que tiene la mayoría de los meses con alta demanda.

Concluimos que el lugar de procedencia de los visitantes nacionales y extranjeros, en los años (2013-2017) es en su mayoría turistas nacionales y que en los primeros tres años han mantenido una afluencia regular de visitantes y el año 2016 llegó a tener la visita de 24879 visitantes nacionales siendo el más alto y que en los siguientes años esta disminuiría por problemas externos. Con respecto a los visitantes extranjeros en el año 2013 tenía una afluencia en crecimiento y que el siguiente año llegó a tener su máxima visita de 2625 turistas y que en los siguientes años empezó a decaer consecutivamente.

La estacionalidad de los visitantes nacionales en los meses de cada año, estudiado nos muestra que las épocas de mayor apogeo se inicia en el mes de junio hasta agosto teniendo un leve caída y luego volviendo recuperarse y teniendo a octubre como el mes de más afluencia y luego esta empieza a descender por el término de la etapa escolar. Con los extranjeros sucede algo similar teniendo un inicio de crecimiento de visitas en junio y manteniéndose hasta noviembre y luego desciende por que el perfil del turista es de sol y playa.

El comparativo de los ingresos económicos anuales por visitantes nacionales y extranjeros entre los años 2013 y 2017 nos dice que la cantidad de adquisición de dinero se mantiene en un promedio de crecimiento teniendo como el año 2016 como el año con ingreso elevado, en lo extranjero solo los dos primeros años tienen un tope regular y los demás es descenso de visitantes por motivos externos y efectos naturales que afectan directamente a la economía local.

## **VI.RECOMENDACIONES**

Para brindar buenas experiencias a los turistas que concurren centro arqueológico cerro Sechín y museo de sitio Max Uhle, se tiene que contar con personal capacitado en atención al cliente en alimentos y bebidas, guías locales, medios de transporte legalizados y con destino al recurso cultural de forma directa, con todos estos puntos por tener en cuenta debemos de acudir a la municipalidad para hacer la convocatoria con las dirigentes de cada empresa de transporte juntarlos y proponerles un trabajo en conjunto con beneficios comunes que sirva como fuente de trabajo permanente, capacitación los trabajadores de cada restaurante en manipulación de alimentos, atención al cliente y cuidado del medio ambiente, capacitación a los pobladores que deseen participar como guías, también la seguridad en el recurso turístico con personal calificado.

Para aumentar la procedencia de visitantes extranjeros al recurso cultural, se tiene que ofertar paquetes turísticos por medio de las agencias locales, crear un paquete turístico más atractivo en el cual se incluya este recurso cultural y su museo. Fomentar la llegada de turistas locales, fortaleciendo su identidad personal y que se sientan identificados con cada representación cultural que el museo Sechín ponga en exposición y haciendo que participen los pobladores etc.

Para mejorar la estacionalidad de visitantes para los meses bajos al recurso recomienda a los colegio locales que fomenten entre sus alumnos la participación de ser guías escolares por un fin de semana en el recurso cultural, invitar a los institutos de turismo, academias pre universitarios, universidades club y asociaciones a visitar el recurso natural ofreciéndoles un momento de relajó y a la vez aprendizaje de la cultura la cual son descendientes y de esta forma fortalecer la cultura y promoción del recurso cultural dentro de la provincia de Casma y alrededor.



Tras la comparación de los ingresos económicos que dejan los visitantes nacionales extranjeros refleja que debemos trabajar directamente en la llegada de visitas extranjeras y solicitar al Promperú la promoción del recurso cultural en sus exposiciones en el extranjero y plataformas virtuales ofertándoles algún tipo de souvenir, entradas gratis entre otras.

# **PROPUESTA**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**“Propuesta de Plan de Marketing para mejorar la demanda turística del Centro Arqueológico Cerro Sechín y Museo de sitio Max Uhle”.**

**Autor**

**Cornejo guerrero Christopher Ernst**

**Diciembre 2018**

**Trujillo – Perú**

## **INTRODUCCION**

Actualmente el turismo es la tercera fuente de trabajo del Perú por esta razón el fortalecimiento del mismo es fundamental para los intereses de cada integrante de este sistema, como son las entidades turísticas como Promperú, seguida por las administraciones de los recursos turísticos seguido de las empresas particulares que conforman la planta turística de cada zona que cuente con algún tipo de recurso cultural, natural etc. Para los museos es indispensable la llegada de los turistas tanto nacionales como extranjeros por los siguientes motivos, primero que al vivir una experiencia única esto nos ayudara a recomendar entre otros visitantes, segundo los ingresos que genera al tomar el destino turístico hace que se activen directamente todo el proceso de la planta turística como es la reservación de una habitación por una cantidad de días en un hotel, y hacer uso de sus servicios, el medio de transporte para llevarlos a visitar los lugares predestinado por la agencia de viaje o quizá para turistas que van por su cuenta, restaurante donde se expende alimentos y bebidas, las tiendas de souvenir y artesanía local también forma una parte importante de toda esta cadena con un solo objetivo el satisfacer la necesidad que el turista busca. Los ingresos económicos que genera la llegada de turista a todo museo es invertido en el pago de servicios, mantenimiento del recurso, remodelaciones del museo aportando una cierta cantidad del costo, y las demás se es cubierta por entidades privadas, ONG y el gobierno local, investigación de nuevos indicios arqueológicos, entre otras cosas fundamentales e indispensables que sirve para que el turista llegue a tener buena experiencia. El centro arqueológico cerro sechín y museo de sitio Max Uhle cuenta con una riqueza cultural muy amplia la cual no es fomentada por los encargados del proyecto y dar a conocer primero al poblador local, nacional y por ultimo a los visitantes extranjeros, como un punto de visita nuevo y emergente por esta razón planteamos un plan de marketing con nuevas ideas y la utilización de la tecnología e internet para poder dar a conocer al mundo el inicio de la historia de sechín y que tan importante fue para su pueblo.

## **OBJETIVOS**

## **OBJETIVO GENERAL**

Un plan de marketing estratégico con el cual buscamos el aumento de la demanda turística en el centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle.

## **OBJETIVO ESPECIFICO**

- Incrementar la demanda turística de visitantes nacionales y extranjero al centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle.
- Fomentar la identidad cultural de la población casmeña y sean parte activa, integrarlos para que formen parte activa del turismo.
- Llegar aquellos visitantes potenciales para cubrir las temporadas bajas mensuales  
Aplicar el marketing mix.
- Posicionar como marca regional y nacional al centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle.

## **JUSTIFICACIÓN**

Analizando los resultados encontrados, se observa la necesidad de implantar un plan de marketing para lograr hacer conocido el centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle y a su vez también, lograr el incremento de la demanda turística para cubrir los meses de temporada bajar y esto será beneficioso para los participantes del turismo de forma directa eh indirectamente.

## **ALCANCE**

Esta propuesta va dirigido a la administración del centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle. Con el fin de lograr el incremento de visitantes al recurso turístico en la provincia de Casma.

## **RESPONSABLE**

<b>Responsables</b>	<b>Involucrados</b>
- Administración del centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle	Al gerente general y/o miembros activos como trabajadores del centro arqueológico cerró sechín y museo de sitio Max Uhle

## ACCIONES Y ESTRATEGIAS

<b>Acciones</b>	<b>Estrategias</b>
Incrementar la demanda turística	Promocionar el centro arqueológico cerro sechín y museo de sitio Max Uhle con la creación de un fan page, donde se va a públicas las visitas de las delaciones estudiantiles de la región u otra ciudad y puedan compartirlas, brinda información didáctica, ofertas promociones del museo, anuncios de decretos.
Fomentar la identidad cultural	en su mayoría de visitantes al recurso cultural son estudiantes, fomentar la cultura es una tarea importante por ellos visitaremos a los colegios ,institutos, academias de turismo a participar como guías turístico local por un fin de semana, para esto tendría una capacitación previa y así hacer partícipe a la población y se identifique con su patrimonio.
Visitantes potenciales	Para alcanzar a los visitantes potenciales, utilizaremos un marketing mix para aumentar la demanda de

	turistas, y estará enfocado directamente a visitantes nacionales y extranjeros.
Posicionamiento como marca	Como uno de los elementos del marketing mix el posicionar una marca se elaborará una marca turística llamada “sechín cultura ancestral” con este nombre promocionaremos a la provincia de Casma y las riquezas culturales, aventura, sol y playa con la que cuenta.

## PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO S/.
<b>GASTOS PRESUPUESTARIOS</b>		
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>		
Administrador del centro arqueológico cerro sechín y museo de sitio Max Uhle	1	2500.00
<b><i>SUBTOTAL</i></b>		<b><i>S/. 2500.00</i></b>
<b>RECURSOS MATERIALES</b>		
	1	
Computadora	1	3000.00
Impresora	1	1000.00
Cámara fotográfica		2400.00

<b><i>SUBTOTAL</i></b>		<b><i>S/. 6400.00</i></b>
<b>1MATERIAL Y SUMINISTROS</b>		
Papel bond A4	3 millar	50.00
Lapiceros	50	100.00
Folder manila	50	25.00
Perforadora	1	50.00
Faster	50	15.00
USB	1	50.00
<b><i>SUBTOTAL</i></b>		<b><i>S/. 290.00</i></b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/. 9190.00</b>

### **Duración**

El tiempo de ejecución de esta propuesta es de 3 años para lograr el aumento de la demanda turística centro arqueológico cerro sechín y museo de sitio Max Uhle, se notara este incremento progresivamente

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Socatelli(2013) Mercado Aplicado Al Turismo, Recuperado De :

<http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

Segittur(2013) Turismo e Innovación. Recuperado De :

<https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>.

Sala, Torres, Farre (2014). La Demanda Turística De La Economía Española: Caracterización Cíclica y Sincronización, artículo de investigación. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145101002.pdf>

Elorza & Raymundo (2014); Características De La Demanda De Turismo De Naturaleza Y De Aventura En Playa Del Carmen recuperado de:

<https://aulasvirtuales.files.wordpress.com/2014/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas.pdf>

Díaz, Gómez, Giráldez, Iglesias (2015).La demanda de turistas Británicos a España

Marmolejo, López, Fernández, Valenzuela (2016). Análisis de la demanda en un destino turístico singular, Melilla. Cuadernos geográficos, 55(22),282-298

Sifuentes (2015).promoción turística y demanda turística del sitio arqueológico Marcahuamachuco región la libertad (tesis licenciatura) universidad nacional de Trujillo – Trujillo

Guzmán & García (2003)\_Fundamentos Teóricos Para Una Gestión Cultural Desde Las Perspectiva De La Autenticidad. Recuperado de:

[http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros\\_internet/55744.pdf](http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55744.pdf)

Mamani (2016) La Demanda Turística OMT. Recuperado de:



<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Sectur(2003)- Planeación Y Gestión Del Desarrollo Turístico Municipal. Recuperado De:

<https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/003162Pri0000.pdf>

Calcada (2017). La Diversificación de la Oferta Turística como Alternativa para Minimizar la Estacionalidad: El Caso de los Eventos en Balneario Camboriú (Santa Catarina, Brasil).Recuperado de:

<http://revistas.um.es/turismo/article/view/290451>

## ANEXO:

### FICHA BIBLIOGRÁFICA VIRTUAL

FICHA BIBLIOGRÁFICA	
<b>Autores:</b> administración de museo de sitio Max Uhle <b>Título:</b> base de datos de ingresos de turistas <b>Página:</b> <a href="mailto:ancash@mcultura.gob.pe">ancash@mcultura.gob.pe</a> <b>Formato:</b> la información obtenida sobre la llegada de turista nacional y extranjero fue entregada en documentos electrónicos de Excel, también registro en libreta de campo.	Fecha de extracción: 20/09/2018  Fecha de publicación: 16/10/2018 Casma – Perú
<p>Resumen del contenido</p> <p>En la base de dato facilitada por la administración del museo Max Uhle, encontramos información fehaciente de los ingresos de los turistas nacionales y extranjeros al museo de sitio Max Uhle y al complejo arqueológico cerro Sechín, esto se realiza a través de la compra de un boleto, que te permite ingresar a los dos centros culturales que se encuentran en la zona; los precios tienen diferentes categorías:</p> <p>Adultos: s/.5.0 Estudiantes de educación superior: s/.4.0 Estudiantes de educación escolar: s/.1.0</p> <p>También se obtuvieron formatos de ingreso del total de turistas de los últimos 5 años que es desde 2013 hasta el 2017.</p> <p>Hojas de Excel con datos de turista locales y extranjeros, describiendo cada una de ellas la cantidad anual y cuál fue el año con más ingreso de visitantes.</p> <p>En la siguiente base de datos encontramos dos formatos de ingreso de visitante, están separadas por cada año y mes en la cual tendremos datos más exactos de la demanda mensual y así poder identificar cuáles son los meses de mayor arribo de visitantes y así poder preparar el personal necesarios (guías locales, seguridad, venta de servicios de restauración etc.</p>	

## FICHA DE OBSERVACIÓN

<b>OBJETIVO CENTRAL :DIAGNOSTICO DEL SENDERO Y MIRADOR DEL CERRO SECHÍN</b>	
<b>ELEMENTO</b> <b>14 A</b> <b>OBSERVAR</b> <b>:SENDERO Y</b> <b>MIRADOR</b>	<b>UBICACIÓN:</b> complejo arqueológico cerró Sechín y museo de sitio Max Uhle.
<b>CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL</b>	
<b>ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOTOGRAFÍA</b>
<p>Dentro del recorrido del complejo encontramos la creación de un mirador rustico que esta sobre la falda del cerro, obteniendo una vista panorámica de todo el territorio en el que desarrollo la cultura Sechín. el inicio del camino está hecho por empedrados de piedras obtenidas del cerro, luego compactadas con arena una tras la otra, las escalinata en todo el tramo tiene una medida de 50 centímetros una de la otra ,también en los bordes está separado por barrotes puestas con cemento y sobre ella una sogá con la cual une varias de ella en todo el sendero , dentro de ella también encontramos paradas hechas de madera y calaminas para el descanso del visitante en su subida al punto más alto y poder visualizar el panorama cultural de Sechín. El inicio empieza por la mano derecha de complejo y termina a la izquierda a espaldas del complejo.</p>	
<b>Fuente:</b> archivo fotográfico del autor	<b>NOTA:</b> escalinata para el mirador.

OBJETIVO CENTRAL :Diagnóstico del centro arqueológico de Sechín	
ELEMENTO D OBSERVAR: directa, complejo arqueológico	UBICACIÓN: complejo arqueológico Sechín
CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL	
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
<p>El complejo arqueológico de Sechín está rodeado de rejilla de división hechas de madera la cual evita que algún desadaptado atente contra el patrimonio cultural que se ha encontrado y extra expuesto para los turistas, tiene en su exterior piedras talladas con figuras de hombre realizando un ritual de bailes, también encontramos máscaras, rostros que nos hace referencia a la cultura Sechín. Todo está bien salvaguardado por personal de seguridad, y guías que nos hacen el recorrido por el complejo. Dentro de ella encontramos, muros de piedras talladas con figuras de aves, reptiles, patio ceremonial, lugar de culto, también sitio de sacrificio, restos humanos (huesos, cráneos).</p>	 
FUENTE: PROPIA DEL AUTOR	

OBJETIVO CENTRAL :DIAGNÓSTICO DEL MUSEO DE SITIO		
ELEMENTO	B	UBICACIÓN: museo de sitio
OBSERVAR: museo de sitio en su interior		
CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL		
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN		FOTOGRAFÍA
<p>Al llegar al museo de sitio Max Uhle, encontramos un personal de seguridad que controla la llegada de visitantes, e invita a ingresar al muse, visualizamos una infraestructura de material noble en buen estado que está compuesta por dos pisos, en la parte inferior tenemos oficinas de administración de museo, salones de conferencia, y servicios higiénicos divididos para damas y caballeros con todos los servicios básico en buen estado. En la parte superior está ubicado la boletería en la cual uno adquiere un boleto que te permite el ingreso al museo y complejo arqueológico; dentro del museo encontraremos a la mano derecha dibujos de mapas sobre la extensión en la que se inició la cultura Sechín, también hallaremos varias vitrinas con ceramios arqueológicos , representaciones de rostros con gestos hechas de barro y arcilla ,una vitrina con momias, todas ella con su propia descripción y nombre de lo que esta viendo.</p>		



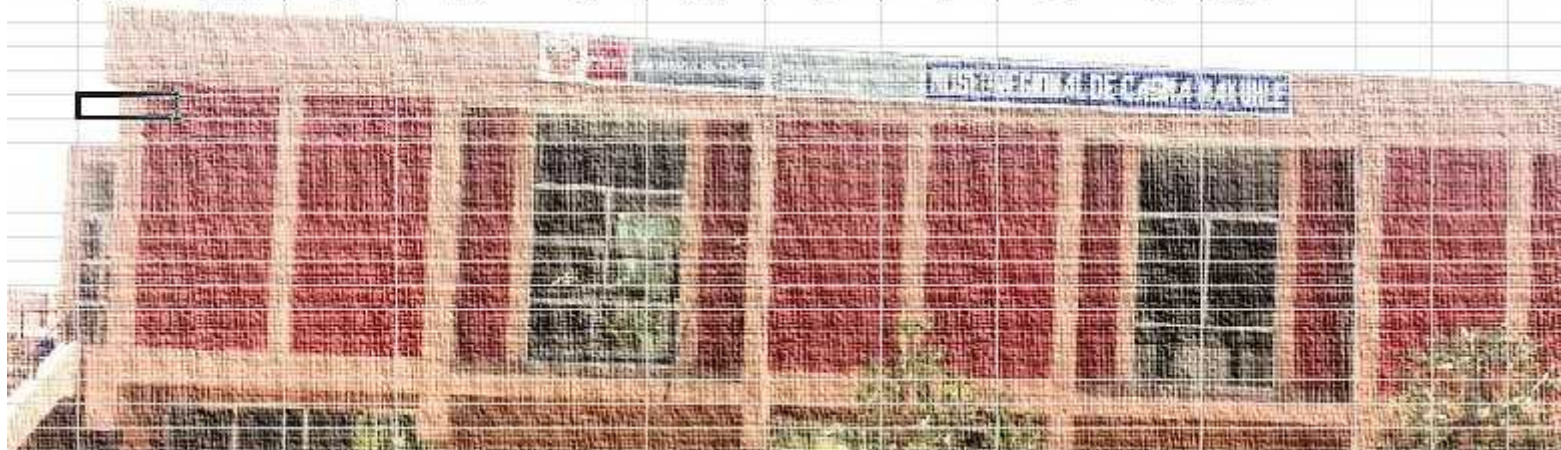
NOTA: Al ingreso en el patio de espera encontramos monumentos hechos de barro y pintados de color verde claro con rojo ocre y blanco con rojo ocre.



## FOTOS DE BASE DE DATOS DEL CENTRO ARQUEOLOGICO CERRO SECHIN Y MUSEDIO DE SITIO MAX UHLE

[illegible]

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
VISITANTES AL MUSEO DE SITIO															
AÑO	ADULTOS		ESTUDIANTES UNIVERSIDAD		ESCOLARES		ADULTO MAYOR [NACIONAL]	TOTAL NACIONAL	TOTAL EXTRANJERO	TOTAL					
	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO									
2011	5274	1491	2825	679	8535	0		15634	1170	16804					
2012	6811	1410	2327	549	8699	0		18037	1959	19996					
2013	5509	1878	2636	190	9191	29		17639	2097	19736					
2014	5759	2408	2071	176	9776	41		17609	2625	20234					
2015	7346	1526	2917	169	10670	41		21222	1756	22978					
2016	8124	1756	2748	87	10965	38	214	24879	1346	26225					
2017	6808	949	2475	27	10137	20	76	19494	991	20485					







Estacionalidad Mensual DE TURISTAS NACIONALES						
Meses	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Enero	1135	875	1378	1071	1164	939
Febrero	1221	1015	1148	972	988	1326
Marzo	1518	845	5114	1711	1125	1345
Abril	1131	575	1016	388	411	755
Mayo	811	557	121	924	514	831
Junio	1312	1217	1192	2025	1219	2234
Julio	1520	2131	3503	3577	3123	3239
Agosto	1138	1111	2257	1910	1662	2247
Septiembre	1737	2532	3681	4610	2478	5127
Octubre	2227	3412	3657	4738	2485	
Noviembre	2331	2375	1025	2822	2881	
Diciembre	712	721	712	1071	711	

ESTACIONALIDAD DE TURISTAS EXTRANJEROS						
Meses	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Enero	153	211	176	92	97	62
Febrero	117	277	137	69	54	76
Marzo	99	175	117	87	78	31
Abril	46	175	98	1115	31	41
Mayo	96	153	71	106	83	53
Junio	118	173	176	147	81	52
Julio	263	275	192	134	99	75
Agosto	355	317	206	168	83	128
Septiembre	287	271	172	113	86	114
Octubre	212	243	141	124	113	
Noviembre	219	223	87	158	79	
Diciembre	132	123	141	68	51	
TOTAL	11711	21114	22111	21111	21111	11111







INGRESO ECONOMICO AL COMPLEJO ARQUEOLOGICO CERRO SECHIN Y MUSEO DE SUCIO MAX UTE										
AÑOS	ADULTO		UNIVERSITARIOS		ESCOLARES		ADULTO MAYOR	TOTAL NACIONAL	TOTAL EXTRANJERO S	TOTAL
	NACIONAL	EXTRANJ.	NACIONAL	EXTRANJ.	NACIONAL	EXTRANJ.				
2011	S/ 5.274,00	S/ 1.491,00	S/ 2.315,00	S/ 679,00	S/ 8.505,00	S/ 0,00		S/ 16.634,00	S/ 2.170,00	S/ 18.804,00
2012	S/ 6.811,00	S/ 1.410,00	S/ 2.327,00	S/ 549,00	S/ 8.899,00	S/ 0,00		S/ 18.037,00	S/ 1.959,00	S/ 19.996,00
2013	S/ 5.509,00	S/ 1.878,00	S/ 2.586,00	S/ 190,00	S/ 9.494,00	S/ 29,00		S/ 17.689,00	S/ 2.097,00	S/ 19.786,00
2014	S/ 5.754,00	S/ 2.408,00	S/ 2.074,00	S/ 175,00	S/ 9.776,00	S/ 41,00		S/ 17.614,00	S/ 2.625,00	S/ 20.239,00
2015	S/ 7.546,00	S/ 1.525,00	S/ 2.997,00	S/ 169,00	S/ 10.879,00	S/ 41,00		S/ 21.222,00	S/ 1.736,00	S/ 22.958,00
2016	S/ 8.125,00	S/ 1.235,00	S/ 2.788,00	S/ 87,00	S/ 13.966,00	S/ 35,00	S/ 215,00	S/ 24.879,00	S/ 1.356,00	S/ 26.235,00
2017	S/ 6.638,00	S/ 943,00	S/ 2.465,00	S/ 22,00	S/ 10.335,00	S/ 20,00	S/ 56,00	S/ 10.404,00	S/ 990,00	S/ 21.424,00
2018	S/ 8.320,00	S/ 761,00	S/ 1.316,00	S/ 23,00	S/ 12.560,00	S/ 2,00	S/ 136,00	S/ 22.832,00	S/ 701,00	S/ 23.533,00





### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Leli Velásquez Viloché, titular  
del DNI. N° 18217577, de profesión  
Licenciada en Turismo, ejerciendo  
actualmente como Subgerente de Artesanía, en la  
Institución Gobierno Regional La Libertad.


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de  
Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al  
personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las  
siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems		✓		
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 13 días del mes de JUNIO del  
2018

REGION "LA LIBERTAD"  
Gobierno Regional de Concertación Turística y Artesanía

  
Lg. LELI-VIOLETA VELÁSQUEZ VILOCHE  
SUBGERENTE DE ARTESANIA

CLLL - 016

Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Zoila Analy Quiroz Hernández, titular  
del DNI. N° 45514562, de profesión  
Licenciada en Turismo, ejerciendo  
actualmente como Docente a tiempo completo, en la  
Institución Universidad Nacional de Trujillo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (                      ), a los efectos de su aplicación al personal                      que                      labora                      en                     

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

En Trujillo, a los 13 días del mes de junio del 2018

  
Firma  
CEN : 50834



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Alejandro Eljou Yepjen Ramos, titular  
del DNI. N° 40064653, de profesión  
Arqueólogo, ejerciendo  
actualmente como Docente de la Escuela de Arqueología, en la  
Institución Universidad Nacional de Trujillo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de  
Validación del Instrumento ( ), a los efectos de su aplicación al  
personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las  
siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 13 días del mes de Junio del  
2018

  
Firma  
Código UNT: 5590